

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh variabel dari fasilitas dan promosi terhadap keputusan menginap di The WIN Hotel Surabaya. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang menginap di The WIN Hotel Surabaya yang bertempat di Jl. Embong Tanjung No. 46 – 48, Genteng, Surabaya – Jawa Timur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. Jumlah sampel penelitian ini adalah 100 orang responden. Pengambilan sampel ini dilakukan pada periode Januari 2019. Teknik analisis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel Fasilitas dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap di The WIN Hotel Surabaya. Pengujian ini menunjukkan variabel Fasilitas memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan menginap dengan hasil nilai statistik beta dalam uji t yang lebih besar dari variabel promosi. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin lengkap fasilitas yang disediakan dan strategi promosi yang berinovatif akan meningkatkan keputusan konsumen untuk menginap di The WIN Hotel Surabaya.

Kata Kunci: Fasilitas, Promosi, Keputusan Menginap

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of facility and promotion on the decision to stay of The WIN Hotel, Surabaya. While, the population was consumers who stay of The WIN Hotel Surabaya, located at Jl. Embong Tanjung No. 46 – 48, Genteng, Surabaya – East Java. Moreover, the data were primary. Furthermore, the data collection technique used accidental sampling during January 2019. In line with, there were 100 respondents as sample. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded both facility and promotion had positive and significant effect on the decision to stay of The WIN Hotel, Surabaya. Besides, the facility had dominant effect on the decision to stay with the result of statistic beta value in the t test which was greater than the promotion. This condition showed the more complete the facilities provided and the more innovative promotional strategies, the more consumer decisions to stay at The WIN Hotel Surabaya would be.

Keywords : *Facilities, Promotion, Decision to Stay*

